

Я. М. ШПАКОВА

Научный руководитель Л. А. КЛИМОВА
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

В условиях развития рыночной экономики предприятию для успешной деятельности необходимо выработать правильную конкурентную стратегию, основанную на его конкурентных преимуществах. Практика показывает, что не существует конкурентной стратегии, единой для всех компаний, как и не существует единого универсального стратегического управления. Выделяют три стратегии создания конкурентных преимуществ: лидерство в снижении издержек (лидерство в цене), дифференциация и концентрация на сегменте (фокусирование, особое внимание).

Проводя в жизнь ценовую стратегию, фирма не должна забывать, что ее продукт должен соответствовать определенному уровню дифференциации. Только в этом случае ценовое лидерство может принести существенный эффект. Однако стратегия лидерства в цене и стратегия дифференциации не должны смешиваться, и уж тем более не следует пытаться реализовывать их одновременно. При реализации стратегии дифференциации фирма старается придать продукту что-то отличительное, необычное, что может нравиться покупателю и за что покупатель готов платить. При концентрации внимания на интересы конкретных потребителей удовлетворяется какая-то необычная потребность определенной группы людей либо создается специфическая система доступа к продукту (система продажи и доставки продукта).

ОАО «Могилёвский завод «Электродвигатель» – один из крупнейших производителей асинхронных электродвигателей, необходимых почти во всех отраслях промышленности: угольной, энергетической, цементной, а также в судостроении, машиностроении, нефте- и газотранспортировке. Предприятие реализует стратегию минимизации издержек за счёт расширения товаропроводящей сети, создания совместных сборочных производств, открытия торговых домов в Украине, Казахстане, Узбекистане, а также расширения номенклатуры продукции и усиления рекламной деятельности. При среднем уровне рентабельности продукции по предприятию 9 %, указанные мероприятия обеспечат прирост прибыли 794,56 тыс. долл. США.

Таким образом, ОАО «Могилёвский завод «Электродвигатель» в качестве основной выбирает стратегию минимизации издержек и планирует реализовать её в рамках создания совместных производств с предприятиями России, увеличения числа дилеров и освоения новых рынков.